



16 Cómo llegarle a los medios

11 2014

LA COORDINADORA DE GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD ORT, ANA LAURA TRÍAS, EXPLICA CÓMO LOGRAR VISIBILIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Como coordinadora de Comunicación del Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) de la Universidad ORT, muchas veces me encuentro apoyando a los emprendedores para hacer visible su proyecto. Me convierto así en su primer agente de prensa.

Cuando los emprendedores lanzan su producto o una nueva versión siempre buscan apoyo y visibilidad en medios de comunicación. Sin embargo, no siempre encuentran en los medios el socio que pretenden.

Mi respuesta consuelo cuando la prensa no levanta la información que se envió, es que hay que tener en cuenta que estos medios son muy selectivos al momento de publicar o no. No desesperes si no difunden tu noticia y procura siempre que la gacetilla de prensa que envíes esté bien redactada.

¿Qué es una gacetilla de prensa?

Si te lo estás preguntando es porque hay varias cosas que debes saber.

Una gacetilla de prensa es un comunicado breve de no más de una carilla, donde se desarrolla la información que quieres comunicar y que se envía a los medios de comunicación para apoyar su difusión. Van aquí algunos tips para que puedas armar la tuya.

Antes que nada es importante pensar en el objetivo, qué pretendemos lograr con ese comunicado. Esto nos permite, en primer lugar, identificar el público al que debemos llegar y a qué medios acercar el material. Y por otro lado definir concretamente cuál es el mensaje a comunicar.

Respecto a qué medios incluir en el envío de una gacetilla de prensa, es importante no descartar redes sociales (propias, institucionales o blogs) ya que son un medio accesible económicamente y viralmente conveniente.

Siempre recuerda que detrás del medio existen las personas. Si puedes enviarlo a una persona y no a un mail genérico será mejor. La información que quieras enviar debe ser interesante para el medio.

Eso te obligará a pensar la información como una noticia. Eso va más allá de un producto nuevo, intenta identificar un dato de interés del que el medio se pueda agarrar para transmitir la noticia.

El título de la nota así como el asunto del mail que envíes debe ser gancho y transmitir correctamente de qué se trata la información.

Títulos o asuntos como "Gacetilla de prensa" o "Novedades" irán directamente a la papelera.

Prueba cambiarlos por "Lanzamiento de...", o identifica cuál es el mayor beneficio que ofrece tu producto o servicio para representarlo en el título, como: "Ahora ir en ómnibus es más fácil".

Sin dejar de ser breve y concreto, intenta que en el primer párrafo se respondan las preguntas claves: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Quién?

No abuses de formalismos en el lenguaje. Un texto correctamente escrito y fácil de leer hace que la información se internalice mejor y se muestre ágil en la lectura.

Se sugiere escribir el comunicado en tercera persona "el proyecto plantea..." y no parado desde el Yo emprendedor: "mi servicio se centra en..."

Sobre el final, puedes agregar comentarios como emprendedor o líder del proyecto, que deben ir entre comillas. Esto sirve para reforzar una idea y para dar a los medios la oportunidad de publicar tu gacetilla casi sin necesidad de edición, mostrando que hubo contacto con el emprendedor.

Por ejemplo: Ana Laura Trías, Coordinadora de Comunicación del CIE de la Universidad ORT, mencionó que: "esta forma de apoyo a los emprendedores es parte de la metodología del CIE, en la que se hace foco en la persona y no en la idea, y que valora el aprendizaje del ser emprendedor".

Al pie de firma es importante que dejes un contacto de rápido acceso.

Siguiendo una comunicación más institucional puedes plantearlo como "Acercar de..." y ahí mencionar información útil como sitio web y forma de comunicarse con alguien que pueda ampliar la información presentada en el documento.

Por último corrige la ortografía, prueba leerla en voz alta para advertir mejoras en la puntuación y envíasela a alguien que no conozca la información para que te diga si le queda claro.

Envía la información los primeros días de la semana.

0 comentario | Comentar | Recomendar | Twittear | +1

Comentar

Por favor inicie sesión para comentar:

Facebook EL OBSERVADOR

0 Comentarios

BUSCADOR

 buscar

SOBRE EL AUTOR



CAFÉ @ NEGOCIOS Emprendedores

Emprendedores, innovadores y aventureros colaboran con este blog, invitados por el suplemento Emprendedores de C&N

Emprendedores

SOBRE EL BLOG

La aventura de innovar y la capacidad de sortear obstáculos para emprender en Uruguay

CATEGORÍAS

- Experiencias
- Consejos
- Mentoría
- Inspiración

ARCHIVO

- 2014
 - Enero (4)
 - Febrero (4)
 - Marzo (5)
 - Abril (4)
 - Mayo (4)
 - Junio (5)
 - Julio (4)
 - Agosto (4)
 - Setiembre (5)
 - Octubre (4)
 - Noviembre (3)
- 2013
 - Enero (4)
 - Febrero (4)
 - Marzo (4)
 - Abril (5)
 - Mayo (4)
 - Junio (4)
 - Julio (5)
 - Agosto (4)
 - Setiembre (5)
 - Octubre (4)
 - Noviembre (4)
 - Diciembre (5)
- 2012
 - Julio (1)
 - Agosto (4)
 - Setiembre (5)
 - Octubre (4)
 - Noviembre (4)
 - Diciembre (5)

OTROS BLOGS



shuffle

Por Sebastián Auyanet



Una mirada a nuestro entorno diario para mostrar aquellas pequeñas cosas que de corregirse se convertirían en grandes soluciones para toda nuestra gente. **Por Liber Trinidad**



Miradas y perspectivas sobre un continente que avanza a ritmos desparejos **Por Blogs del BID**



Cracks a las sombras del olvido y héroes del silencio en un puñado de historias deportivas que merecen ser contadas. **Por Pablo Benitez**



Un chef recorre restaurantes de Montevideo, para intentar descubrir las mejores opciones que ofrece la ciudad **Por Sebastián Mariani Álvarez**